

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONÓMICAS, A.C.



**CHEPINA PERALTA, UNA VIDA EN CONTRA DEL ESTEREOTIPO DE LA
MUJER IDEAL**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

**MAESTRA EN PERIODISMO Y ASUNTOS
PÚBLICOS**

PRESENTA

TANIA JARDÓN REYES

DIRECTOR DE LA TESINA:

MTRO. JORGE ISRAEL HERNÁNDEZ HERRERA

CIUDAD DE MÉXICO, MAYO 2017

ÍNDICE

Introducción	1
No todas las mujeres disfrutaban cocinar	2
Un México en ascenso	4
Los primeros pasos en televisión	6
Televisión y tradición mexicana	8
La consagración de Chepina Peralta	11
El desarrollo de la industria alimentaria	15
La lucha contra los estereotipos	18
La cocina como fuente de empoderamiento	21
El inicio de la crisis	23
Una mujer que se reinventa a sí misma y a sus protagonistas	25
La transformación ante los problemas de salud pública	27
El legado de Chepina Peralta	33
Bibliografía	37

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación de finales del siglo XX dejaron la mesa lista para una generación hambrienta de espectáculo culinario.

El poder de la televisión le dió un nuevo sentido a la gastronomía a tal grado que a la luz de los años se ha convertido en la salvación de ciudades como Arizona, Estados Unidos, motivo de una segunda independencia para Perú y tema de políticas públicas en el caso de México.

En el camino hacia el fortalecimiento y visibilidad a través de la cocina, los programas de televisión han sido pieza clave. Apenas concluida la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos presentó los primeros programas gastronómicos de televisión en 1946, pero ninguno tuvo tanto éxito como el Julia Child: *The French Chef* (1963-1973), emisión que no sólo redefinió la cultura culinaria norteamericana, también fue el punto de partida para los futuros programas de cocina.

En México, Josefina Sánchez Quintanar, pionera de los programas gastronómicos quien a su llegada a los medios se consagraría como Chepina Peralta, tenía la tarea de recrear el famoso programa de Julia Child bajo un enfoque que fortaleciera el rol de la mujer en México. Sin embargo, con el paso del tiempo aquella ama de casa pasaría a convertirse en confidente de miles de mexicanas y mexicanos que a lo largo de más cuatro décadas disfrutaron de su sazón a través de la televisión, radio y prensa escrita.

En un país que pasó de la abundancia a la crisis, Chepina Peralta se convirtió en una heroína que enfrentó el malestar financiero y de paso luchó contra los estereotipos de su época. La cocina más allá de ser un espacio que la condenara a las tareas domésticas, fue un arma de empoderamiento. Con gran maestría supo transmitir esta revelación.

Personaje entrañable e ícono de la cultura mexicana, Chepina enseñó a sus espectadores a nutrir cuerpo y alma, hecho sin precedentes en la historia de México que no se ha repetido nuevamente en los medios de comunicación. Esta es su historia.

NO TODAS LAS MUJERES DISFRUTAN COCINAR

Una calurosa mañana de octubre, la cotidianidad de uno de los hoteles ejecutivos de Querétaro se ve interrumpida por la aparición de una leyenda de la gastronomía mexicana. En medio de la frescura artificial del lobby, Chepina Peralta entra por la puerta que conecta con el hotel contiguo de la misma cadena. Su delgada figura viste tonos tierra que contrastan con el collar de vívidos colores. Su inconfundible cabello teñido de café rojizo obliga a más de una persona a voltear a verla para verificar que en realidad es aquella famosa mujer que por más de cuatro décadas enseñó a cocinar a nuestras abuelas y madres.

A lo largo de su vida, Chepina ha producido más de 7 mil 300 programas de televisión, 9 mil programas de radio; ha vendido más de millón y medio de libros sin mencionar las 94 mil personas con las que ha tenido contacto a través de sus presentaciones personales, una cifra envidiable incluso para su precursora, la reconocida cocinera norteamericana Julia Child quien sólo estuvo en televisión una década.

Con la elocuencia digna de una oradora, Chepina se disculpa por su retraso y es que en más de una ocasión, encuentra alguna admiradora o admirador que aprovecha el fortuito encuentro para pedirle un autógrafo o una fotografía: Ella nunca se niega al público que la hizo famosa.

A sus 86 años Chepina luce como de 60. La edad no es un impedimento para que siga luchando por lo que le apasiona: promover la salud y la nutrición a través de la cocina.

Sin embargo su pasión no surgió como el idílico mito de la gran cocinera o cocinero que encuentra su amor por la gastronomía durante su niñez. Lo de Chepina fue un accidente.

“Ni siquiera me gustaba cocinar, creía que en ese espacio se cumplía una obligación no muy agradable”, revela Chepina con una risa pícaro. Si lo hacía, su labor se limitaba a preparar las comidas diarias para su esposo y sus cinco hijos.

En 1949 terminó la preparatoria y a la edad de 19 años se casó con Ricardo Peralta. Quería tener muchos hijos, pero no deseaba ser un ama de casa de tradicional.

“Eramos un matrimonio inquieto que deseaba estudiar para ser padres”, cuenta Chepina. Así que se unieron al Movimiento Familiar Cristiano, agrupación de familias católicas que desde su creación a finales de la Segunda Guerra Mundial persigue hogares más felices mediante prácticas que ayuden a una mayor comprensión tanto en la pareja como entre padres e hijos.

Chepina y Ricardo tuvieron sus hijos entre 1949 y 1968, justo en el periodo de la bonanza económica derivada del escenario favorecedor para México a raíz del conflicto entre los Aliados y las Potencias del Eje.

UN MÉXICO EN ASCENSO

Aquel panorama positivo que experimentó la pareja durante sus primeros años de matrimonio era realmente alentador. Por una parte la industrialización de la década de 1930 daba frutos gracias al flujo de capital exterior para emprender negocios en el país. Por otro lado existía una alta demanda interna de productos extranjeros que a causa de la guerra era imposible obtener, así que el gobierno emprendió una estrategia de industrialización conocida como sustitución de importaciones para poder abastecer el mercado nacional (Escalante et al., 2004).

La inversión pública que originó el estado de bienestar así como la explotación de las zonas petroleras del sureste, sentaron las bases para el crecimiento económico que se extendió hasta finales de 1960.

Durante este lapso las industrias asentadas en las ciudades se convirtieron en símbolo de prosperidad. El gobierno y los sectores sociales más influyentes estaban convencidos que el futuro del país estaba en las urbes (idem), por lo que hubo una fuerte inversión en infraestructura, energía y comunicaciones. Construcciones como la torre Latinoamericana (1950), Ciudad Universitaria (1950-1952), las vías rápidas como viaducto (1950) y periférico (1964), oficinas, unidades habitacionales, el drenaje profundo y el Sistema de Transporte Colectivo Metro (1967), eran los emblemas del México moderno.

Consecuencia de esta situación, entre 1954 y 1970 México vivió el desarrollo estabilizador: nivelación de precios internos por medio del crecimiento de la producción, bajas tasas de inflación y estabilidad en el tipo de cambio (Tello, 2010), que vinieron acompañadas de políticas de promoción a largo plazo que permitieron mejorar la situación de todas las clases sociales (idem). Las personas radicadas en las ciudades tenían mayor poder de adquisición y una mejor calidad de vida gracias a los avances en la cobertura de salud a través del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) así como el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE).

La década de 1950 supuso avances en materia de igualdad de géneros. Sin embargo, aunque a partir de 1953 las mujeres podían participar en la vida política del país gracias al derecho al voto, el gobierno no apoyaba su inclusión plena a la vida pública. Tanto el presidente Adolfo Ruíz Cortines (1952-1958) como su sucesor, Adolfo López Mateos (1958-1964) consideraban que el lugar de la mujer era el hogar. Allí estaba obligada a desempeñar roles de madre, esposa o hija, "ambos parecían alinearse con la retórica revolucionaria de que las mujeres debían permanecer en el hogar y criar a los hijos para volverlos miembros productivos de la nación" (de Bustamante, 2015).

Por eso, durante el sexenio de Adolfo Ruíz Cortines (1952-1958), las acciones estuvieron encaminadas al bienestar de los miembros de la familia. El IMSS, el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (INPI) y el Instituto Mexicana de Asistencia a la Niñez (IMAN), así como el Programa de Bienestar Social Rural (1953) buscaban apoyar a las mujeres en sus roles de madres y amas de casa mediante jardines de niños, desayunadores infantiles, cursos de corte y confección, enfermería, conservación de alimentos y clubes para aprender sobre economía doméstica (Tepichin et al., 2010, p. 263). La seguridad social que recibieron las mujeres era una prestación por ser "esposas" o "hijas".

Sin embargo, Chepina contradecía el rol de género que se le asignaba a la mujer de su época. Las labores domésticas no eran su fuerte y prefería las artes. Era una amante del teatro y la danza, tanto que en 1968 participó en la obra de teatro experimental "Nuestra Natacha" y varios años más tarde, en 2010, fue la protagonista de "Las Jacarandas", película de Óscar Manuel Quezada que narra el despertar sexual de una mujer madura.

Además del teatro y la danza, a Chepina le cautivaba la oratoria. Nunca imaginó que el arte de hablar en público se convertiría en la casualidad que la conduciría a la gastronomía.

LOS PRIMEROS PASOS EN TELEVISIÓN

En 1966 Chepina asistió a su primer curso donde muy pronto pasó a ser la “alumna estrella”. A ese le siguieron otros en la Asociación Mexicana de Oratoria y Relaciones Humanas. Su facilidad de palabra y carisma hizo que quién había sido su primera profesora de oratoria, y posteriormente amiga, la invitara a participar en el nuevo proyecto de Telesistema Mexicano (TSM). “Están buscando un ama de casa que sepa hablar”, le comentó su amiga.

Para ese entonces, las tecnologías desarrolladas en la Segunda Guerra Mundial habían ayudado a consolidar los principales medios masivos de comunicación del siglo XX: la radio y la televisión. En México, la radio inició en 1921 y comenzó sus transmisiones regulares en 1923 (idem), dos décadas después, en 1950 llegó la televisión bajo un modelo comercial financiado por publicidad, similar al de Estados Unidos (Paxman y Fernández, 2013).

Bajo este sistema toda la programación dependía de los ingresos de la publicidad que encontraba en la televisión una manera novedosa de anunciar sus productos y servicios. “Para que un anuncio sea un éxito, debe hacer sonar la caja. El programa debe hacer dos cosas bien: entretener y vender” (Orrin E. Dunlap, 1931).

Chepina no recuerda exactamente el año, así que acude al estudio mercadológico que concentra su trayectoria. “1968”, lee en el documento y prosigue para relatar que el programa de TSM, *Su menú diario*, fue concebido como una réplica de la exitosa transmisión *The French Chef* (1963-1973), show de Julia Child, cocinera y presentadora de televisión estadounidense que introdujo la cocina francesa en Norteamérica. El programa estaría bajo la dirección de una de las editoras pioneras de Televisa, Gloria Jiménez Pons.

De primera instancia pensó en rechazar la oferta. “Era demasiada responsabilidad”, recuerda pasmada de revivir el momento, además la cocina no era un atractivo para ella. Sabía cocinar porque tenía una familia, pero como ha reconocido públicamente, no le gustaba: sentía que en ese lugar se cumplía una labor un tanto desagradable. No obstante, decidió participar en las audiciones.

Chepina se entrevistó con el productor. “No buscaban a alguien que supiera cocinar, sólo que se expresara y se viera bien frente a cámara”, cuenta. Le hicieron una “pequeña prueba”, y así, sin nunca antes haber pisado un set de televisión, le pidieron que improvisara.

Impaciente, completamente nerviosa, Chepina entró a escena. La evaluaría el productor, la guionista y el patrocinador. Estuvo algunos minutos a cuadro pero a ella le pareció una eternidad cuando de repente el productor le pidió que se detuviera. Luego el patrocinador dijo en voz alta: “She is our lady”.

Chepina quedó como la anfitriona del nuevo programa de TSM, el primer programa culinario de televisión en México y América Latina que años más tarde se convertiría en un referente. Fue toda una revolución en su vida.

Sin embargo, había una condición: no podía presentarse con su verdadero nombre, Josefina Sánchez Quintanar. Tenía que cambiarlo por un seudónimo. No le agradó la idea, pero para conciliar propuso usar el diminutivo de su nombre y el apellido de su esposo. Como era una rebelde, no usaba “de Peralta” porque no iba con su forma de pensar: “parecía como si fuera de su propiedad”, comenta con una determinante firmeza que no deja duda alguna de su posición.

TELEVISIÓN Y TRADICIÓN MEXICANA

En el México de Chepina, la televisión fue uno de los mecanismos más importantes para la construcción y control del proyecto nacional que planteaba el Estado.

Además de impulsar la identidad mexicana, la televisión junto con la industria cinematográfica se encargaron de difundir y promover estereotipos. La mujer ideal debía ser madre, esposa o hija; sufrida, complaciente, amorosa, abnegada, sumisa, devota, fiel y sacrificada (Tuñón, 1992). “Los medios no se limita a indicar sobre qué temas se debe pensar... o no pensar, sino también sobre qué personajes o colectivos sociales y cómo valorarlos” (Moreno, 1998, p.68).

Esta construcción y reconstrucción del discurso androcentrista (Hernández, 2015) perpetuaron desigualdades en la sociedad (Instituto Vasco de la Mujer, 2000).

A mediados del siglo XX, México encaró cambios estructurales que se oponían al tradicionalismo y las buenas normas. En los 50, "la sociedad mexicana se enfrentó por primera vez a conductas que se consideraban impropias y escandalosas como los primeros desnudos en el cine, la afición de los jóvenes por ritmos musicales considerados desmedidos como el Rock and roll y el uso de la mezclilla en adolescentes y niños" (Anaya en Juárez, 2008, p. 157). La década siguiente vino aparejada de una renovación intelectual e ideológica con la aparición de planteamientos feministas y la propagación de ideas socialistas que criticaban el sistema capitalista.

Pero "la expansión de las opciones para la mujer no sucedió inmediatamente y no afectó a todas las mujeres de México. La vida de la mujer todavía giraba en torno a cuestiones religiosas, responsabilidades familiares y a la administración del hogar. Por consiguiente hubo un reconocimiento gradual de que la mujer podía contribuir al bienestar de su país lo cual sentó las bases para prepararla como miembro valioso de la sociedad" (Rojas y Sotelo, 2003, p. 36).

Así, con un permiso provisional, Chepina asistió al estudio "J" durante tres meses. Era mucho más modesto que el moderno escenario de Julia Child. La cocina de *Su menú diario* consistía en un set con una mesa donde preparaba los alimentos. Detrás tenía una estufa, alacenas, un fregadero sin agua y un refrigerador que sólo se conectaba para el programa, lo cual la llevó a recurrir a algunos de los más célebres trucos de estilismo alimentario, como mezclar puré de papa con colorante vegetal cada vez que realizaba preparaciones con helado.

La conductora no lo olvida. Su primera receta fue una ensalada. A partir de entonces cada semana recibió por anticipado los cinco guiones de la siguiente y mientras sus hijos hacían la tarea, ella se dedicaba a estudiarlos cuidadosamente. Poco tiempo después a eso le sumó horas de lectura para obtener su licencia como conductora.

Chepina cuenta que *Su menú diario* buscaba transmitir las aficiones sibaritas de la guionista del programa, mujer a quien prefiere no nombrar. Pero como la conductora desconocía técnicas y procesos de la cocina profesional, la escritora designó a un familiar suyo para que dejara todos los ingredientes listos para mezclar o cocinar, eso que en el argot culinario se conoce como *mise-en-place*. También pasaba un reporte detallado a la guionista de las peripecias de Chepina.

Aunque la recién estrenada comunicadora se memorizaba los guiones, a veces tenían algunos tropiezos debido a su falta de experiencia en televisión. En una ocasión cambió el orden de los procesos de una receta. Nadie lo notó, excepto la familiar de la guionista. Al día siguiente la escritora le llamó la atención a Chepina por su desatino: “Es que yo pensé...”, quiso explicar la conductora, sin embargo la guionista la detuvo antes que pudiera concluir: “Usted no tiene que pensar, su trabajo es aprenderse el guión. Usted tiene que decir y hacer únicamente lo que está en el guión”. La relación entre ambas se tornó tensa.

El éxito de *Su menú diario* se hacía evidente. El programa que originalmente estaba planteado para tres meses, se extendió a un año y de 15 minutos pasó a media hora. La transmisión finalizó cuando el contrato del patrocinador se acabó y por azares del destino coincidió con

una terrible laringitis que dejó afónica a Chepina durante dos meses. La conductora pensó que su futuro era incierto: no sabía si regresaría a la televisión.

LA CONSAGRACIÓN DE CHEPINA PERALTA

No obstante el titubeante destino profesional de Chepina, una mañana de 1969 se aventuró a tomar la decisión que le cambió la vida: fue a las oficinas de TSM para pedir trabajo, precisamente al lugar donde meses antes había pasado de ser un ama de casa a la primera latinoamericana en conducir un programa de cocina. Al fin y al cabo “no tenía nada que perder”.

Recuerda que allí la recibió el director de programación matutina, un cubano alto, fornido y con una voz estremecedora: “¿Pero dónde se había metido?”, le reclamó el director a Chepina quien se marchó de *Su menú diario* sin haber dejado algún dato de contacto.

“Mire cuántas cartas nos han llegado pidiendo su programa”, añadió el hombre mientras las mostraba junto con los telegramas y notas de llamadas de todo México que permanecían sobre su escritorio, todas preguntando sobre el programa de la conductora.

El público de Chepina no era el único en reclamar el show de cocina. Su fama había llegado a oídos de Pando, un patrocinador de la industria alimentaria que deseaba comprar el programa.

“¿Qué esperan de mí?”, cuestionó Chepina al presidente de la agencia de publicidad que estaba realizando la venta del programa. “Todo”, le respondió. El ejecutivo le confesó que no conocía su programa, jamás lo había visto ni tampoco a ella, pero su popularidad era su carta de recomendación.

Ese año, describe la conductora con un semblante de satisfacción, nació la nueva Chepina, una mujer que tomó las riendas de su vida.

Para ese entonces, los programas de cocina se volvieron fundamentales para los novedosos productos de conveniencia.

Hasta finales del XIX, el quehacer de la mujer estaba en casa, pero la Primera y Segunda Guerra Mundial fueron un factor decisivo para que se incorporaran a la fuerza laboral. Tan sólo en Estados Unidos la participación de mujeres blancas pasó de 16.3% en 1890 a 24.5% en 1940 (Olivetti, 2013, p. 2). Ocho años más tarde, en 1948, el porcentaje de mujeres trabajando era de 28.6%, mientras que para 1951, de 31.6% (DOL, 2016).

Las norteamericanas trabajaban en fábricas de armamento. Una vez concluida la guerra siguieron desempeñándose en los sectores de manufacturas como el textil (Shapiro, 2004).

Resultado de este escenario económico, las desigualdades entre hombres y mujeres derivaron en movimientos feministas que apelaron por la igualdad de derechos en el ámbito laboral, eso incluía la liberación de las responsabilidades domésticas, entre ellas la cocina (LeGates, 2012).

La tecnología alimentaria de la guerra se benefició de esta crisis para introducirse en los hogares:

la Segunda Guerra Mundial, se esforzó considerablemente por vender a los estadounidenses -en especial a las mujeres- los maravillosos alimentos procesados que habían inventado para alimentar a las tropas: carnes en conserva, alimentos congelados, papas deshidratadas, zumo de naranja enriquecido y café (Pollan, 2014).

Las mujeres se convirtieron en el mercado meta de la industria alimentaria gracias a esta compleja combinación de elementos que también aprovechó la idealización del rol de la mujer (Shapiro, 2004) para reafirmar la feminidad tradicional (Friedan, 1974). De esta manera, los programas de cocina buscaron enseñar a las mujeres las nuevas técnicas culinarias, recetas y productos para ahorrar tiempo (Collins, 2012, p. 4).

Desde la década de 1920 se transmitían programas culinarios por radio, sin embargo, la televisión era una innovadora propuesta (Collins, 2012, p. 3): previo a su llegada habíamos sido incapaces de comprender las instrucciones de una receta a la distancia, pero ahora “la podíamos ver” (McLuhan, 1964, p. 64).

Bajo esta pauta, el gran salto de la gastronomía a la esfera de interés público se debe en buena medida a la televisión ya que “[...] permitió que la cocina naciera como imagen pública diferente de un libro o un programa de radio” (Ray, 2007, p. 11).

Desde 1946 Estados Unidos transmitía programas de cocina en televisión, sin embargo ninguno fue tan popular como el de Julia Child, *The French Chef* (1967-1977), conductora que a diferencia de otros presentadores se caracterizó por ser una estupenda maestra: "su objetivo era hacer de la cocina francesa tan fácil y entendible que el norteamericano promedio pudiera preparar una respetable comida francesa usando ingredientes del supermercado local" (Smith, 2009, p. 237).

De ahí el éxito de *The French Chef* frente otros programas gastronómicos que le precedieron, como *I love to eat* con James Beard (1946-1947) o *To the Queen's Taste* con Dione Lucas, emisión que al año cambió de nombre a *The Dione Lucas Show* (1948-1956)¹: “Julia tenía mucho que la recomendara: era muy inteligente, enérgica, organizada, entretenida y auténtica” (Smith, 2009, p. 238).

Adicionalmente en el programa se emplearon una serie de recursos que le valieron convertirse en toda una referencia. *The French Chef* mantuvo a su audiencia interesada a través de un continuo de acciones que daban la sensación de vitalidad: la presentadora estaba en constante movimiento alrededor de la cocina, cuando no era así, las tomas ponían especial énfasis en las técnicas culinarias mediante enfoques de cómo cortar, hervir, freír o mezclar.

Para crear intimidad con el público, regularmente el ángulo de la cámara estaba al nivel del pecho de la conductora. Así se generaba la sensación de conexión. Aunado a ello, la intimidad también se lograba mediante un discurso en segunda persona del singular (Ketchum, 2005, p.10).

¹ Además de estos programas existieron otras producciones locales: *What's New in the Kitchen* con Breta Griem; *Hot Points in the Kitchen* de Marjorie Abel; *Sugar N' Spice* de Betty Adams; *Shop, Look and Cook* con Ruth Beans; *Menu Magic* con Helen Ruth (Miami, Florida) y Edith (San Francisco, California); *The Modern Woman* con Ruth Crane; *New Orleans Cookbook* con Scoot Kennedy; *Homemaking with KSD-TV* de Wilma Sim; *Pots, Pans and Personalities* con Mary Wilson; *In the Kelvinator Kitchen* con Alma Kitchell; *Cooking with Roz* y *Cooking with Philameena* en New Heaven, además de *Chicago Cooks* with Barbara Barkley y *Chicago Cooks* with Kay Middleton (Smith, 2009, p. 426).

La fórmula de *The French Chef* marcaría el formato de los programas gastronómicos posteriores, incluyendo el de Chepina Peralta.

EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

La cocina de Chepina fue testigo de la transformación urbana. Durante el periodo del desarrollo estabilizador en México, la industria alimentaria comenzó a florecer al grado de pasar de 30 a 123 filiales alimentarias (Torres y Gasca, 1997, p. 39).

Los productos de conveniencia y los electrodomésticos se convirtieron en piezas esenciales del México moderno. Sus fabricantes no dejaron pasar la oportunidad de anunciar sus productos en prensa, radio y televisión, sobre todo en esta última que estableció una nueva dinámica de apropiación y construcción social.

La televisión se convirtió en el medio de comunicación masivo por excelencia, "capaz de reorganizar la vida de los hogares, de imponer ideas en torno al ocio y modos de pensar, hablar y consumir" (Escalante et al., 2004). No es extraño que a la par de la bonanza económica, la industrialización del país y la aparición de la televisión, se propagaron nuevas costumbres alimentarias: el uso de enlatados, la olla de presión, hornos eléctricos, batidoras, tostadores; las hamburguesas, hot dogs y malteadas, invadieron la vida cotidiana (Juárez, 2008, p. 157).

Luego de su regreso a la pantalla chica en 1969, y ahora como la responsable del contenido de su programa, Chepina tuvo como patrocinador a la empresa Pando. Para ese entonces, los patrocinadores iban en aumento y gracias a éstos TSM aseguraba que se cubrieran efectivamente los gastos de los programas (Paxman y Fernández, 2013).

Durante nueve años, Pando costó los gastos de Chepina y su menú Pando. Esta compañía establecida en 1936 como "Casa Llano Pando" ha absorbido a lo largo de su historia empresas que le han dado presencia en distintos nichos de la industria alimentaria: en 1943 adquirió la fábrica de dulces y chocolates La Suiza; en 1948 a la primer planta atunera del país, Conservera San Carlos; en 1965 sumó a su grupo a las bodegas de vino Santo Tomás; en 1972 a la Transformadora de Cacao Giselle; en 1977 creó Lady Godiva; en 1980 absorbió a la enlatadora Del Centro y en 2007 le compró a Grupo Herdez la planta sardinera Yavaros.

Además de Pando, Chepina contó con otros patrocinadores como aceite vegetal AS, Quesería Nochebuena, Aji no moto, Kir, Choco Milk, Canderel, Danone y Rompope Santa Clara, por mencionar algunos.

Su habilidad para anunciar el producto en su programa era extraordinaria: Con sutileza hacía parecer a los patrocinadores elementos indispensables de las recetas. Para ello, a veces resaltaba sus cualidades como cuando elaboró tinga: “Y recuerden amigas, Kir es calidad, sabor y bajo precio”, y otras los insertaba en su discurso: “No sé si Romeo y Julieta conocía el aceite vegetal AS pero seguro lo hubieran usado”, señalaba en los primeros cinco minutos de la transmisión del “Filete de róbalo con salsa blanca y uvas”.

Los recetarios de Chepina, fruto “de las sugerencias” de sus televidentes, tuvieron entre sus páginas al caldo de pollo Knorr, atún Calmex, embutidos FUD, frijoles refritos La Sierra, puré de jitomate Aurrerá, chiles en escabeche La Costeña, chilorio La Chata, duraznos en almíbar Herdez y hasta el aceite en aerosol PAM, artículo que “evitaba para siempre el relajo de tallar”.

Como ama de casa que trabajaba, Chepina entendía a las mujeres que estaban en su condición, así que abogó por la practicidad aludiendo a la creatividad desde la conveniencia para hacer menos tediosa la tarea de cocinar.

Su cercanía y espontaneidad la convirtieron en un referente más allá de lo culinario. Aunque luciera como una artista impecable frente a la televisión llegaba a tener hilarantes tropiezos como el resto de las personas. “En una ocasión quise moler galletas en la licuadora y se me olvidó tajarla. ¡Toda me llené de galletas! Y lo único que se me ocurrió decir fue: ‘¿ven amigas? Esto pasa si no tapan su licuadora’”, relata Chepina entre carcajadas. Cada error le ayudó a mantener los pies sobre la tierra, pero sobre todo la hacían consciente de lo difícil que podía ser la cocina y cómo idear maneras para que fuera sencilla.

De este modo, las cartas y llamadas que recibía Chepina se convirtieron en la retroalimentación de su programa. Aprendió a conocer y entender a las mujeres mexicanas que muchas veces acudieron a ella para pedir un consejo familiar.

LA LUCHA CONTRA LOS ESTEREOTIPOS

Pese a la modernidad de la que se ufana México a mediados del siglo XX, a la mujer le correspondía lo privado, cuidar de la familia, educar a los hijos y acompañar a sus esposos, quienes eran los agentes productivos, proveedores y jefes de familia. Su rol de hombre, a diferencia de las mujeres, les permitía participar en actividades públicas.

Las labores realmente fructíferas las realizaban hombres, no las mujeres; ejemplo de ello es que entre 1950 y 1960, las mujeres solteras que trabajaban formaban parte de los programas de asistencia social para grupos desfavorecidos o "marginales" (Tepichin et al., 2010). Bajo este paradigma las diferencias entre sexos reprodujeron jerarquías que sustentaron relaciones asimétricas de poder (Zabludovsky, 2007).

En una época donde la mujer batallaba por conciliar su labor como madre o esposa con su inclusión al mercado laboral, Chepina se volvió una confidente para su público. Descubrió que era famosa el día que sus televidentes comenzaron a pedirle consejos. Atesora este momento e incluso todavía le asombra. “Pensaban que era una experta y me hacían consultas de todo tipo, desde recetas y dudas familiares hasta consejos del corazón: ¿Mi hijo debería usar chupón? ¿Es normal que una mujer embarazada duerma más? ¿Qué puedo cocinar con 10 pesos? ¿Puedo tomar cerveza durante el embarazo? ¿Debería dejar a mis hijos ver la película del crimen del Padre Amaro?”.

Para Chepina, esto se convirtió en un llamado. Sintió que tenía una misión más allá de sólo presentar deliciosos platillos frente a la cámara.

En el entorno patriarcal de la sociedad mexicana, Chepina cuestionaba el estereotipo de la esposa ideal. Aún tiene presente la carta de una joven que acudía a ella desesperada: “Chepina, ayúdeme. Mi marido está por dejarme porque no sé cocinar”.

Chepina preparó su respuesta y antes de comenzar la receta del día mostró la carta y dijo en televisión: “Fíjense amigas mías que una amiga me pide que la ayude porque su marido la

quiere dejar porque no sabe cocinar. Yo le digo: ‘Ay señora, pobrecito de su marido. Fíjese que su esposo sufre una enfermedad que se llama confusión. El señor no sabe qué es una esposa, ni qué es una familia. Lo que su marido necesita es una cocinera. ¿Y dónde está la confusión? Se casa, fíjese usted. Ayúdelo a que salga de su confusión porque luego vienen los confundidos. Dígale que lo que él necesita es una muy buena cocinera para que lo trate como él se merece. Que le pague muy bien para que le dure. Y a usted señora que la deje porque también se le pegó la confusión. Usted ya no sabe si ser esposa o sirvienta sin sueldo’”.

Entre risas, Chepina describe que su comentario no fue del agrado de los camarógrafos del programa. “Hubieras visto que caras me hicieron”.

También a ella la llegaron a cuestionar. Lo recuerda perfectamente: eran los 70, apenas unos años después de haber iniciado su carrera en la televisión cuando un reportero la entrevistó: “¿Chepina, cómo le haces para trabajar, tener esposo y cuidar de tus hijos?”. La conductora no reparó en hacer una mueca al periodista y con gentileza le respondió: “igual que usted”. El comunicador se quedó sin palabras.

Y qué decir del discurso androcentrista. Más de una vez abordó el machismo de los hogares mexicanos en sus programas. “¿Cuántas mujeres se necesitan para tener a un machín en casa? Dos, su mamá y su esposa”, o en una suerte de cuentacuentos, Chepina proponía soluciones a los problemas entre las parejas. En su receta dedicada al filete de róbalo con salsa blanca y uvas, Chepina introduce el programa con la historia de Romeo y Julia: “[...] Shakespeare no agarró bien la onda en qué consistió el pleito de las dos familias, pero yo sí agarré bien la onda y en este programa les voy a contar el chisme. En esta receta está parte de la historia o mejor dicho parte de la historia de dos suegras típicas, sin agraviar a nadie por favor. [...] Resulta que Romeo y Julieta se casaron, y la mamita suegra de Julieta quería que Julieta guisara con las recetas de su familia. Pero la mamita suegra de Romeo quería que Julieta guisara con sus recetas como estaba acostumbrado su muchachito, suena parecido, ¿verdad?”.

En el desenlace de la receta, Chepina detalla cómo resolvieron el problema la pareja: “lo que hicieron fue no cocinar ni como mamita Capuleto ni como mamita Montesco, sino inventar

sus propias recetas y cocinar a su manera, cual debe hacer toda pareja inteligente y madura; no dejarse manipular por las mamitas suegras”.

Dado que su programa “sólo era de cocina”, a pesar de sus comentarios jamás fue censurada por su televisora o la Secretaría de Gobernación como sucedió con otras estrellas de la pantalla chica a las que consideraron en contra de los valores, costumbres y tradiciones de la sociedad mexicana.

Chepina no se define como feminista, simplemente descubrió en la cocina la autorrealización. Nada la hacía más dichosa que compartirla. Ahí está su recetario *Cocina para la recién casada* (1985), donde dedica unas palabras a sus lectoras: “Querida amiga, mi propósito al escribir este libro es inspirarte confianza en ti misma”.

Para ella, una cosa era cocinar por placer y otra ser la cocinera de un marido. “Las mujeres creen que parte de sus obligaciones es tener la casa arreglada, la comida lista, la ropa limpia, pero no como parte de un gusto sino como de una obligación de esposa, una sirvienta sin sueldo”, explica.

Las consideraciones de Chepina iban en la línea del pensamiento de su contemporánea, la defensora de los derechos de la mujer Simon de Beauvoir, quien en su obra *El segundo sexo*, sugiere que aunque la cocina puede ser una forma de opresión, “la mujer puede hallar una satisfacción singular en el logro de un pastel, de una pasta hojaldrada, porque ese logro no les es concedido a todos: hay que poseer un don especial” (De Beauvoir, 1969, p. 235).

LA COCINA COMO FUENTE DE EMPODERAMIENTO

Llena de emoción, Chepina describe que la cocina es un espacio con múltiples posibilidades para aprender.

Diseñar, tener la autoridad y control de su programa la llevaron a formalizar sus estudios en materia culinaria. Comenzó asistiendo a las cocinas de dos leyendas de la gastronomía mexicana, Arnulfo Luengas, chef ejecutivo del Banco Nacional de México (Banamex), y Alejandro Heredia, chef ejecutivo del restaurante La Hacienda de los Morales además de explorador gastronómico que llevó los sabores mexicanos a otros países. Ahí no cocinó, pero sí observó. En realidad sus primeros pasos iniciaron en 1973, en la escuela del hotel Holiday Inn en Memphis; luego se capacitó en alimentos y bebidas en el hotel Marriot en Washington D.C., en 1975. Años más tarde, en 1990, hizo una pasantía de dos meses con el famoso chef español Juan Mari Arzak; en 1993, tomó un curso de alta cocina en Le Cordon Bleu de París y otro de pastelería en el L' École de Gastronomie Française del Ritz Escoffier.

Los conocimientos que adquirió Chepina le permitieron tener otras intervenciones en medios. Entre 1971 y 1973 colaboró semanalmente en Teleguía; fue guionista y conductora de *Programación femenina* (XEW, 1977-1981), *Usted, Chepina y la Red* (Radio Red, 1981-1984), al igual que de *La cocina de Chepina* (Radio Red, 1984-1991). También fue conductora, coproductora y guionista de los programas de Televisa, Chepina y su cocina, *La ruleta del sabor* (ambos de 1978-1981), así como *Chepina de todos los moles* (1979-1980). En Imevisión estuvo a cargo de *Somos lo que comemos*, *Peces y pescados*, *Sal y pimienta* (1981-1994). Este último se prolongó hasta 1997, cuando la televisora del gobierno, Imevisión, se privatizó y pasó a ser Televisión Azteca.

También escribió para distintas revistas, publicó 13 libros y en 1975 abrió una de las primeras escuelas de gastronomía en México. En su Instituto Chepina Peralta A.C. enseñaba técnicas culinarias, nutrición, administración del hogar, alta cocina y orientación familiar.

En el proceso, Chepina descubrió aquello a lo que ha dedicado una parte importante de vida: llevar el vínculo entre alimentación y salud a la mesa de los mexicanos.

“La cocina -cuenta con un brillo particular en sus ojos- es el lugar donde todo puede suceder: donde se puede cocinar la vida”.

EL INICIO DE LA CRISIS

Para la década de los 70, el modelo de sustitución de importaciones comenzó a agotarse. El mandato de Luis Echeverría (1970-1976) se caracterizó por la desaceleración industrial que combinada con el gasto público excesivo. Las dificultades del mercado mundial dieron como resultado desempleo e inflación acompañada de la devaluación de 1976. El tipo de cambio no había tenido variación desde 1954 sin embargo ese año el dólar pasó de \$12.50 pesos a \$20.50 pesos mientras que para el término del régimen se ubicó en \$48.79 pesos por dólar (BANXICO, 2009).

El sucesor de Echeverría, José López Portillo (1976-1982), propuso una política de austeridad al inicio de su sexenio, pero el escenario cambió con el descubrimiento de los yacimientos petroleros de la Sonda de Campeche en 1978 que prometía devolverle la abundancia al país. El gobierno se endeudó con préstamos extranjeros para invertir en infraestructura y elevar la capacidad productiva de Petróleos Mexicanos (PEMEX), pero el pronóstico falló. El precio internacional del petróleo cayó, las tasas de interés crecieron y con ello la deuda. El tipo de cambio alcanzó hasta los 281.34 pesos por dólar (idem).

La dramática situación del país derivó en el rescate de métodos de conservación y preparación que privilegiaran el ahorro familiar. “La cocina mexicana, en su vertiente más extensa, la casera, se vió definitivamente en un sitio privilegiado al interior del discurso oficial” (Juárez, 2008, p. 267). Los gobiernos intentaron satisfacer la demanda alimentaria con distintas fórmulas: el Programa Nacional de Alimentación (PRONAL), Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), bonos para comprar tortillas y paquetes de productos básicos. Conjuntamente impulsaron la oferta de hortalizas y frutas en mercados públicos como mecanismo para asegurar el abasto y distribución de alimentos (de la Madrid, 1985, pp. 201-204).

Incluso a Chepina le afectó la devaluación. Tuvo que cerrar su escuela. Encima de eso, los patrocinadores comenzaron a escasear en Televisa, así que sus programas terminaron y ella tuvo que cambiarse a Imevisión.

Los problemas financieros del país, contribuyeron a la integración de las mujeres en el desarrollo y como agentes productivo, sobre todo, como una alternativa para superar la crisis (Tepichin et al., 2010). Las mujeres se insertaron en diversas ramas del sector terciario y en el sector informal.

Entre 1979 y 1982, la fuerza laboral femenina registrada en servicios y manufactura alcanzó el 6.3%, mientras de 1982 a 1987 fue de 5.3% (Martínez en Rojas y Sotelo, 2003). No obstante, las crisis económicas profundizaron las desigualdades sociales al asumir que la mujer debía cumplir con su rol de madre y esposa, al tiempo que contribuía con el gasto familiar como trabajadora (idem). El autoempleo en el comercio informal se convirtió en una opción para que las mujeres emprendieran pequeños negocios por cuenta propia que les permitieran horarios más flexibles para llevar a cabo su doble jornada.

Las mujeres tuvieron que insertarse al mundo laboral por necesidad. El autoempleo en el comercio informal se convirtió en su opción. Pero además, estas actividades representaron espacios de fortalecimiento de lo femenino (Villagómez, 2004).

UNA MUJER QUE SE REINVENTA A SÍ MISMA Y A SUS PROTAGONISTAS

En ese contexto, la conductora se convirtió en un modelo de mujer independiente. Sus consejos eran de utilidad para las mujeres que se incorporaban al trabajo. Su libro *Cocine rápido y fácil* (1985), fue una publicación pensada para “las mujeres que además de trabajar estaban en la necesidad de cocinar en el menor tiempo posible”. Solía recordar una y otra vez la ventaja de cocinar varios días con antelación y recalentar a baño María.

Sin pena alguna recurrió a la olla de presión, utensilio de cocina patentado en 1919 por una firma española como olla de presión, pero que tiene su origen en la Francia de 1679. En una de sus versiones de flan explicaba cómo usar la leche condensada enlatada. Otra, apuntaba que la preparación podía cocinarse de 10 a 15 minutos en la olla de presión, o una hora en horno convencional.

También recurrió a la licuadora, electrodoméstico que llegó a México en la década de los 30 y que se rumoraba desbancaría al tradicional molcajete. En él enseñó a preparar las salsas rojas y verdes, al igual que el caldillo de jitomate para el arroz rojo o los guisados que lo requirieran.

Incluso probó con el horno microondas. Los patrocinadores querían que Chepina lo introdujera en la cocina mexicana como alternativa a la estufa y el horno. La conductora adaptó preparaciones del bagaje culinario de México tanto en un recetario como para sus programas de televisión, pero el público sólo lo usó para calentar, nunca para cocinar. Aún se leen comentarios en sus videos alojados en YouTube que asocian al electrodoméstico a “gente floja”.

La crisis se acentuó en la década de los 70 y 80, así que varios de sus consejos estuvieron enfocados en la administración: “conserva una libreta en su alacena, no importa que sea pequeña, le ayudará a hacer las compras correctas”, “no olvide planear el menú”, “si planea su menú, puede preparar un poco más de comida y usarla en días diferentes, por ejemplo, tinga para la comida y dos o tres días después puede hacer unas tostados de tinga”.

También echó mano de recetas que aprovecharan las sobras de comidas anteriores como en su famoso arroz estilo chino hecho con “poquitos” de un día anterior o su rollo de frijol: “Yo les decía, ‘queridas amigas, para esta receta extiende los frijoles refritos sobre papel encerado y sobre éstos puedes colocar un guisado que te haya sobrado en la semana, como albóndigas. Ahora sólo enrollas y refrigeras. Cuando lo presentes sírvelo con rebanadas de aguacate. ¿Así o más sencillo?’”.

Para las mujeres que no podían ver sus programas o simplemente querían volver a escuchar la receta, Chepina, sacó tres discos LP y casetes en 1979: *Mis recetas favoritas*, *Recetas de colección* y *Platillos típicos mexicanos*. Con el lema “Recetas grabadas. El concepto moderno de cocinar”, los discos iban desde chiles en nogada, caldo michi, champurrado, romeritos, pozole y manchamanteles, hasta sus propias creaciones como el pollo en salsa de tejocotes. Adicionalmente cada disco incluía la lista del mandado.

De este modo, Chepina se convirtió en guía de mujeres que transitaban a la fuerza laboral. Atesora entre sus recuerdos las anécdotas de aquellas que emprendieron negocios de alimentos y bebidas, especialmente la historia de una oaxaqueña que viajó a Veracruz para asistir a la firma de autógrafos de la comunicadora. Se había enterado que Chepina estaría en el estado vecino y quería conocerla. Era la cocinera de un grupo de ingenieros de caminos que preparaba las recetas que veía en el programa de Chepina. Cada vez que los ingenieros halagaban sus platillos la mujer se decía en silencio: “Chepinita, Chepinita”. Antes de marcharse, le dijo a la conductora que gracias a ella le había dado una carrera a sus hijos, compró su casa y ya se había jubilado. Todo gracias a Chepina.

LA TRANSFORMACIÓN ANTE LOS PROBLEMAS DE SALUD PÚBLICA

Las crisis económicas no fueron las únicas que cimbraron al país. En su afán de formar capacidad de producción interna sin haber alcanzado la autosuficiencia, ni competitividad externa, la industrialización descuidó el potencial agropecuario externo e interno.

El costo de la discriminación en contra de la agricultura lo pagan todos los sectores y no exclusivamente los agrícolas. La historia enseña que países que no discriminan en contra de la agricultura alcanzan tasas elevadas de crecimiento industrial, en tanto que los que discriminan, tienen bajo crecimiento agrícola, industrial y global de la economía (idem).

En consecuencia, las crisis provocaron el deterioro de la calidad de vida de los sectores más vulnerables. México no sólo tenía grupos sociales desnutridos, ahora se enfrentaba a nuevos problemas de salud pública: sobrepeso, obesidad y diabetes. A la luz de los años, estos padecimientos se convertirían en una emergencia que pone en riesgo la sustentabilidad de los servicios de salud y el desarrollo económico del país. La economía de las familias también se ve afectada por los costos que deben hacer para el tratamiento de la enfermedad o en el peor de los casos, cuando la enfermedad tiene complicaciones como ceguera, amputación de miembros, problemas renales, entre otros (Soberón et al., 2013, pp. 33-64).

Paralelamente al aumento de personas con problemas de salud vinculadas a la mala alimentación y a medida que Chepina aprendía técnicas culinarias, la conductora se percató que debía tener nociones sobre nutrición. En 1971 quiso entrar a una escuela de dietética pero la rechazaron porque “no aceptaban mujeres casadas”. Se le ocurrió entonces pedir ayuda a su médico Gabriel Escobar Cauz, quien además era jefe de endocrinólogo del Hospital de Especialidades Médicas del IMSS, "La Raza". Chepina no cabía de la emoción cuando Escobar le dijo que había conseguido que la jefa de dietistas la aceptara como estudiante.

Poco a poco, tal como me describe en una entrevista el doctor Héctor Bourges Rodríguez, Jefe de la Dirección de Nutrición del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, Chepina se fue convirtiendo en una orientadora de buenos hábitos alimenticios.

En cuanto terminaba el programa de televisión, Chepina se iba a La Raza. “Llegaba corriendo para ponerme la bata y entrar a clases”. Cuando concluyó sus clases siguió formándose de manera independiente. Asistía a congresos y comentaba temas de su interés con especialistas. Las charlas con pacientes y conferencias nutrieron a la conductora, de tal suerte que ampliaron su visión sobre la alimentación. Ahí conoció la anorexia, la bulimia, la obesidad y la diabetes. Más tarde, gracias a un programa que realizó junto con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), descubrió que la mala nutrición de los mexicanos se debía -en buena medida- a la falta de educación nutricional.

Chepina no repara en contar los detalles de aquella revelación. En 1971, la directora de la escuela primaria "Cuauhtémoc" (Calle Strauss 48, colonia Vallejo, Ciudad de México), María Enriqueta González Galindo, se percató que varios de sus estudiantes presentaban problemas de salud relacionados con la alimentación. La enseñanza de la nutrición estipulada en el programa escolar de la Secretaría de Educación Pública (SEP) no estaba rindiendo frutos.

Entonces “Enriqueta le contó a otra Enriqueta para hallar una solución”. Se trataba de Enriqueta Villegas, representante de la FAO en México.

Ambas idearon un programa piloto que consistía en capacitación y difusión de los materiales. Pero en lugar de pensar en algún formato tradicional como un periódico o una serie de carteles, Enriqueta Villegas decidió invitar a Chepina Peralta.

En una primera etapa, la directora de la primaria a través de la representante de la FAO, consiguió un curso de capacitación para las profesoras. “Invertían parte de su tiempo libre para asistir al Instituto Nacional de Nutrición y así aprender a explicar los temas nutricionales a los niños”, comenta Chepina y asegura sin titubeo alguno que “las primeras sorprendidas fueron las maestras”.

Después se capacitó a las mamás. "Si vienen los niños con ideas nuevas pero su mamá le va a decir no; eso a tu papá no le va a gustar; o aquí no se comen verduras, entonces de nada habrá servido", añade la conductora.

Las madres asistían una vez por semana a una conferencia donde participaba Chepina y en la cual se abordaban preguntas como ¿por qué los niños deben comer huevo?, ¿a qué edad pueden comer carne?, ¿por qué son importantes las proteínas?

La respuesta de las madres fue positiva. "Estaban encantadas con el proyecto. A veces, al concluir la conferencia, se me acercaban sólo para decirme que ahora comían mejor y gastaban menos", narra Chepina como si las madres le estuvieran agradeciendo de nuevo.

Las clases en la primaria adquirieron una nueva dinámica. La participación se incrementó y como incentivo, los pequeños que presentaran mejores trabajos los expondrían en el programa sabatino de Chepina. "Ahí estaban los chiquitos explicando con dibujos y cartulinas cómo armar un menú saludable. Otros hicieron títeres con alimentos, cada dedo era un alimento que decía por qué era bueno y cómo se podía comer. Un grupo escenificó el cuento Hermano Rabito para hablar de las zanahorias, carne de conejo y otros alimentos. Unas niñas hicieron un sociodrama. Se pusieron rebozos y fingían que se encontraban en el mercado. Mientras una quería comprar chicharrón de harina, la otra la convencía de comprar alimentos más saludables", recuerda Chepina.

El proyecto se presentó en el Noveno Congreso Mundial de Nutrición de 1972, donde fue aplaudido el esfuerzo. Incluso el representante de la FAO, Marcel Gazin, se mostró interesado. Sin embargo, la iniciativa de estas mujeres no pasó a más. No contó con el apoyo, los recursos y el empuje para replicar el programa en otras escuelas.

Chepina no se rindió y continuó acercando la nutrición a los hogares mexicanos a través de sus programas de radio, televisión y publicaciones.

La conductora sabía que no sería una tarea sencilla. La crisis de 1976 dejó un panorama desolador de pobreza y marginación que Chepina pudo conocer en sus recorridos entre 1977 y 1979 por 240 supermercados del país -Gigante, Aurrerá y Comercial Mexicana- para promocionar los productos de sus patrocinadores. Llena de tristeza, recuerda que después de su presentación de cocina ante más de 400 personas en un supermercado de ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, observó con detenimiento a una mujer joven como de 19 años: “calzaba zapatos de plástico y llevaba de la mano a un niño de dos. En su carrito se veía un paquete de chicharrones de harina, un refresco y pañales desechables”.

Aquella imagen la marcó. En cuanto pudo fue a los pasillos para revisar el precio de los artículos que llevaba la joven y se propuso presentar un menú para una familia de cuatro personas, con el mismo presupuesto, en su siguiente programa de televisión. De manera casi instintiva repitió el proceso en otras emisiones; creía que si enseñaba a cocinar menús rápidos, de bajo costo y de mejor calidad, podría acercar la nutrición a la mesa de los mexicanos.

En su receta de fideos pintos y ensalada de chayotes, comienza el programa aludiendo al gasto en la comida familiar: “Yo hice cuentas y estos fideos me van a costar 7 pesos con 60 centavos. Hay que ser conscientes amigas que hay alimentos baratos y sabrosos. Además, pueden quedar "elegantes y bien presentados". A mí escribió una señora y me dijo: 'Oye Chepina, yo tengo 10 pesos para la comida', pues aquí lleva 7.60 y todavía le va alcanzar para los chayotes [...] (porque) la ensalada cuesta 1.58 y nos alcanza para seis personas”. Eran “los frijolitos de todos los días” pero los enriquecía con proteínas que podían estar al alcance de los televidentes, en este caso el queso añejo o las salchichas: “Si aprendemos a combinar los alimentos, a aprovechar los productos de temporada vamos a poder ahorrar sin dejar de nutrirnos bien”.

También en sus libros incluía estas recomendaciones, como en su recetario de 1985, *Sabroso, nutritivo y barato*, donde enfatiza que “Para una buena nutrición es necesario una adecuada combinación de alimentos porque cada uno aporta diferentes nutrientes que se complementan entre sí”.

Por eso es que el doctor Bourges considera que “Chepina traduce la ciencia” y explica que uno de sus logros más destacables es el libro de 2001, *Diabetes, el placer de comer*.

La obra presenta 28 menús para diabéticos divididos en entrada, plato fuerte y guarniciones, una comida completa de un platillo, cuatro de dos platillos y nueve postres. Cada receta porcionada para una o cuatro personas, viene con sus equivalencias en función de las dietas de 1200, 1500, 1800 y 2100 kilocalorías que el médico indica a cada paciente. Éstas a su vez incluyen los grupos alimenticios que conforman cada comida, sus cantidades y si llevan colación.

Desde el prólogo, el recetario le recuerda al lector que no es un compendio de menús que promueve la autoprescripción médica, es una herramienta para “llevar una vida más consciente, plena y placentera”. Como en otros de sus recetarios, Chepina no deja pasar la oportunidad y ofrece algunos consejos: “Planee su menú, cocine con antelación y congele, construya hábitos para que sus hijos lleven una vida saludable en el futuro”.

Su vocación por unir la cocina con la salud tuvo una nueva oportunidad en 2008. Bertha Richardson, jefa del Departamento de Asistencia Técnica del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia de la Secretaría de Salud, le pidió realizar videos que se transmitirían en la sala de espera. Unos debían ir dirigidos a enseñar a las madres a preparar menús para desayunos, almuerzos y comidas, mientras que otros, a las señoras que vendían comida en las primarias: jitomate con queso, rollos de espinaca con queso y ajonjolí, avena con fruta, ensalada de pollo con arroz y apio, tacos de frijol con queso y chile chipotle, por mencionar algunos. Las cápsulas presentaba tres o cuatro variantes de platillos “rápidos, sencillos y baratos” como ella misma los define en cada programa.

Además, en estos videos incorporaba “chepitips”, breves consejos de nutrición: “Si untamos una tortilla, que es un cereal, con frijoles, que es una leguminosa, obtenemos una proteína de muy buena calidad”; así como sugerencias de higiene: “Me han preguntado si se pueden usar utensilios de peltre en la cocina, sí, sólo hay que cuidar que no se despostillen para que no le caiga a la comida y se contamine el alimento”.

Poco después de la transmisión de los primeros videos, una señora le escribió: “Chepina, hoy mi hija se fue feliz a la escuela porque le gustó el desayuno”. Luego recibió otra carta: “Chepina, mi hijo me pidió lunch doble. Me dijo que era para compartir porque a sus amigos se les antojaba”.

Pero aunque “Chepina traduce la ciencia”, dice el doctor Bourges, “es una mujer sola contra un sistema”.

EL LEGADO DE CHEPINA PERALTA

La carrera de Chepina Peralta ha estado envuelta por el estereotipo de mujer, por lo que no es extraño que haya enfrentado prácticas discriminatorias desde el inicio de su trayectoria en los medios. "Al subestimar el aporte económico de las mujeres en las actividades de producción y reproducción, las acciones públicas reprodujeron una jerarquía de género en la cual el trabajo femenino no se reconoció plenamente" (Tepichin et al., 2010).

La comunicadora guarda con pena una de las escenas más sinsabor de su trayectoria. Cuando Imevisión se privatizó y se convirtió en TV Azteca, Sal y pimienta se mantuvo casi imperceptible para la gerencia hasta 1997, cuando el director de programación matutina le propuso "mejorar" el programa: "Quería meter un personaje que me sacaría los alimentos del refrigerador y entonces como yo no las encontraría, terminaría enojada. La otra opción era un muchacho que había tenido una fiesta y me vaciaba el refrigerador".

Chepina se negó y le dijo que iba en contra de lo que enseñaba: "La cocina es ciencia y cultura"; a lo que él respondió: "¿Ciencia y cultura? A las viejas fodongas enséñelas a cocinar que para eso están".

Aunque la industria alimentaria aprovechó la retórica feminista para transmitir un mensaje antifeminista y reforzar el rol del ama de casa a través de los programas gastronómicos, lo cierto es que en la cocina también se podía encontrar la autorrealización.

Para Chepina la cocina no fue el fin, sino el camino para aprender a reconocerse y darse su lugar. Se convenció que el amor y la confianza en sí misma era primordial pues si estaba bien entonces podría ser una mejor persona. No quería quedarse con ese descubrimiento, deseaba compartirlo y así como ella halló la felicidad, que otras mujeres lo hicieran. Era una oportunidad para poder decidir y opinar.

"Mi generación -cuenta Chepina- fue educada para que las mujeres pensarán en los demás antes que en ellas. Debían ser sufridas y abnegadas. No era normal ver a una mamá o a una esposa feliz".

Desde mujeres confundidas hasta personas con diabetes, Chepina Peralta tocó la vida de miles de mexicanos con sus 7 mil 300 programas en televisión, 9 mil programas en radio, más de millón y medio de libros vendidos y 94 mil personas contactadas a través de presentaciones personales que avalan la marca registrada Chepina Peralta®.

Luego de su salida de TV Azteca, las apariciones de Chepina en televisión fueron esporádicas. En 2010 participó en el programa de Utilísima (FOX), *Chepina en tu cocina* y en 2015 tuvo algunas apariciones en Televisa Querétaro. No obstante, se mantuvo en programas de radio como *Cocinando con Chepina de Radio Fórmula* (1991-1999), y *Cocinando la vida* de grupo Acir (1999-2001), siguió escribiendo y publicando en medios especializados como *Cuadernos de nutrición*. Sin mencionar que en 2005 lanzó cuatro productos refrigerados de la mano de Sigma Alimentos.

Frente a los formatos actuales Chepina podría parecer poco entretenida y carente de recetas novedosas, como han comentado usuarios de YouTube en los videos donde aparece, sin embargo desconocen que es una de las precursora de ese entusiasmo gastronómico que ha dado vida a los canales de cocina que inundan ésta y otras plataformas digitales.

En las cuenta de Facebook y Twitter así como el canal de YouTube que administra su socio, se leen comentarios de usuarios que lamentan el tiempo que estuvo ausente, pero que se alegran de encontrarla nuevamente en el espacio virtual.

Justo en estos pequeños universos se han volcado muestras de agradecimiento y admiración. Como Elideth Wu: “¡Mamá Chepina, te amo! Tú eres la culpable de mi amor por la cocina. Aprendí a cocinar con tus programas al igual que mi mamá. Yo te veía cuando regresaba de la escuela. Mi mamá me heredó tus libros”; Viridiana G.M a quien le transmitió su júbilo: “Cuando yo era niña [usted] tenía un programa de cocina en Imevisión, lo que hoy es TV

Azteca. No me lo perdía porque era muy alegre y me contagiaba su alegría y optimismo, que gusto volver a verla”; a Mr. PC lo marcó el programa: “Quiero decirle muchas gracias por todo ese trabajo tan maravilloso que ha hecho usted a lo largo de todo este tiempo. Hace ya 21 años que yo veía su programa por las mañanas. Aprendí y me divertí mucho. Y lo más importante, en mi adolescencia compartí tiempo en familia, lo cual me ha ayudado mucho en mi vida”; también está quién aprendió a cocinar con Chepina como Elizabeth Kanter Arguello: “Quiero compartir que me case en 1973, tenía 17 añitos y no sabía cocinar nada de nada. Mi primera maestra fue la mejor, Chepina Peralta; no me perdía el programa. Algún día espero poder conocerla”; o a quien la crisis económica no le permitió preparar las recetas: “En mi humilde hogar no teníamos los ingredientes para cocinar las delicias de Chepina pero cómo disfrutaba ver sus programas y cómo me antojaba. Soy fan de Chepina desde niño. Es un gusto seguir sabiendo de ella” (Josué Lugo); así como a la que le robaron un autógrafo de Chepina: “Hola señora Chepinita. Yo la escuchaba en el radio y un día me mandó un libro dedicado. ¡Puede creer que me lo robaron! Me sentí muy triste” (Yolotzy López González); quien ahorró sus domingos para hacer las comidas de los programas: “Escucharla a usted a través del radio fue lo que hizo que naciera en mí el gusto por la cocina. Recuerdo que estaba en tercer año de primaria y ya tenía mi propio cuaderno con las recetas que nos daba. Convencí a mi familia de preparar muchos de los platillos que ahí enseñaba guardando mi domingo para comprar los ingredientes necesarios y hacer "muestras" que después compartía con ellos. Nadie hace el guacamole como usted y yo sólo lo preparo así. Un abrazo con mucho cariño” (Aurora Andrade); o simplemente para quien ver o escuchar a Chepina era todo un placer: “Silencing... Decía mi abuela mientras escribía las recetas de Chepina en un cuaderno. Ese momento del día era el gozo más grande para ella y probar sus recetas el mío” (Tamara A. Centeno).

Durante las entrevistas a Chepina no faltó alguna persona que la reconociera. Ahí está Rogelio Hernández, ingeniero de 42 años, quien comía los menús que guisaba Chepina. “Lo recuerdo perfectamente. Mi abuela no se perdía el programa y como ella cocinaba, eso era lo que comíamos todos los días”. O uno de los dueños de oficinas en Central Park Querétaro, un regiomontano de no más de 35 años que no desaprovechó la oportunidad de tomarse una fotografía con Chepina: “Mi mamá es un gran admiradora de usted. ¿Le importaría tomarse una foto conmigo? A ella le encantaría”.

Incluso Chepina tiene su propia anécdota. En una ocasión no había tenido tiempo de preparar la comida y de regreso a casa después del programa, pasó a un mercado que estaba de paso. Se le ocurrió preparar la zarzuela de marisco que presentó en su show y cuando comenzó a enlistar los ingredientes, el pescadero la interrumpió para continuar la enumeración. “Hoy todas las señoras me han pedido lo mismo. Seguro usted también vio a la tal Chepina, ¿a poco no la vió?”.

Josefina Sánchez Quintanar, Chepina Peralta, es un personaje entrañable de la cultura mexicana cuyo legado superó la expectativa de aquel primer programa televisivo. No se puede negar su papel como pionera de los programas gastronómicos en Latinoamérica, ni tampoco como una de esas personalidades que despertó el interés por la gastronomía, ese interés que ha dado origen a una revolución culinaria.

Chepina Peralta no fue una copia de Julia Child. Ella fue más allá de la preparación y presentación de platillos: se convirtió en amiga, consejera y confidente de una sociedad en crisis.

BIBLIOGRAFÍA

APEGA. (2012). Gastronomía peruana al 2021. Recuperado el 30 de agosto de 2015, en <https://goo.gl/3Svm5k>

Adam, P. y Frank, S. (1995). *On the Art of Writing Proposals*. Social Science Research Council. Recuperado el 10 de diciembre de 2014, en <https://goo.gl/ePjEO7>

BANXICO. (2009). Regímenes Cambiarios en México a partir de 1954. Recuperado el 18 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/CzYuXK>

Bueno, C. C. (2009). El rol de las mujeres en los cambios y continuidades de la economía informal. *Argumentos (México, DF)*, 22(60), 211-239.

COMUNICACIÓN, A. Y. M. D. Apuntes sobre la representación de las mujeres en la prensa de actualidad.

Carrasco, H. N. (2007). Desarrollos de la antropología de la alimentación en América Latina: hacia el estudio de los problemas alimentarios contemporáneos. *Estudios sociales (Hermosillo, Sonora)*, 15(30), 80-101. Recuperado el 3 de enero de 2015, de <https://goo.gl/MhwdfT>

Child, J. y Prud'homme, A. (2006). *My Life in France*. United States of America: Knopf.

Collins, K. (2012). A Kitchen of One's Own: The Paradox of Dione Lucas. *Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies*, 27(2 80), 1-23.

DOL. (s/a). Facts Over Time. Women in the Labor Force. [Government statics]. Recuperado el 18 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/NrXaJ3>

De Beauvoir, S. (1969). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo veinte.

De Bustamente, C. G. (2015). *Muy buenas noches: México, la televisión y la Guerra Fría*. [Edición Kindle]. México: Fondo de Cultura Económica.

De Oca, Y. P. A. M., Medina, J. L. V., López-Fuentes, N. I. G. A. y Escobar, S. G; (2013). Los roles de género de los hombres y las mujeres en el México contemporáneo. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 18(2), 207-224.

De la Madrid, M. H. (1985). *Las razones y las obras. Gobierno de Miguel de la Madrid. Crónica del sexenio, 1982-1988. Segundo año*. México: Fondo de Cultura Económica. 632-639.

Díaz, M. C. y Gómez, B. C. (2005). Sociología y alimentación. *Revista internacional de sociología*, 40, 21-46.

Escalante, S. M. (2011). Intencionalidad editorial: el canal El Gourmet. com y su discurso de clase. *Question*, 1.

Escalante, P., García, B., Jáuregui, L., Zoraida, J., Speckman, E., Garcíadiago, J. y Aboites, L. (2004). *Nueva historia mínima de México*. México: El Colegio de México.

Fischler, C. y Merlino, M. (1995). *El (H)omnívoro: El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama.

Friedan, B., de Dampierre, C. R., y Álvarez, L. (1974). *La mística de la feminidad*. España: Júcar.

Godoy, M. D. D. (2005). Televisión, publicidad y comunicación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (25), 41.

Gutiérrez, V. S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y sociedad*, (14), 169-198. Recuperado el 3 de enero de 2015, de <https://goo.gl/4I9eYs>

Hernández, H. J. I. (2015). Cobertura periodística de violaciones graves a los derechos humanos, reparación y perspectiva de género: los casos Inés Fernández y Valentina Rosendo. Tesis de maestría en Derechos Humanos, Universidad Iberoamericana.

Hidalgo-Marí, T., Segarra-Saavedra, J. (2014). Televisión y gastronomía. Análisis histórico de la programación televisiva desde una perspectiva publicitaria. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 7(2), 317-341.

Horbath, E. y Gracia, A. (2014). Discriminación laboral y vulnerabilidad de las mujeres frente a la crisis mundial en México. *Economía, sociedad y territorio*, 14(45), 465-495. Recuperado el 18 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/l10fCD>

Instituto Vasco de la Mujer. (2000). *Enfocando el género en TV*. España: Emakude.

Jesús, M. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores. *Comunicar*, 25. Recuperado el 18 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/T5WQYq>

Juárez L., J. L. (2008). *Nacionalismo culinario. La cocina mexicana en el siglo XIX*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Ketchum, C. (2005). The essence of cooking shows: How the food network constructs consumer fantasies. *Journal of Communication Inquiry*, 29(3), 217-234.

La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva. El paradigma de Michoacán. (2010). Recuperado el 17 de diciembre de 2014, de <https://goo.gl/siJGZh>

Lagunas, C., y Lencina, K. (2010). El registro periodístico y los paradigmas culturales aceptados: La violencia sobre la mujer. *La aljaba*, 14, 121-134.

LeGates, M. (2012). *In their time: A history of feminism in western society*. New York: Routledge.

López, D. P. (2008). Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar.

Mahvish, S. K. M. S. (2007). *Cooking Your Way to Completeness: The Food Network Phenomenon and the Creation of a New Domestic Paragon – The Ideal Hostess*. *Gnovis Journal*, 8(1).

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: Signet.

Montanari, M. y Devroey, J. P. (2003). *El mundo en la cocina: Historia, identidad, intercambios*. Buenos Aires: Paidós.

Nabhan, G.P. (2016). *Food, Community, Justice*. Arizona Food Studies. Recuperado el 2 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/2HVmcE>

Neirinck, E. y Poulain, J. P. (2001). *Historia de la cocina y de los cocineros: técnicas culinarias y prácticas de mesa en Francia, de la Edad Media a nuestros días*. Barcelona: Zendera Zariquiey.

Olivetti, C. (2013). *The female labor force and long-run development: the American experience in comparative perspective*. National Bureau of Economic Research, en <https://goo.gl/z8ryxr>

Padilla, C. (2006). *Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico*, ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural. Quito, Ecuador, 20-24 de noviembre.

Paxman, A., y Fernández, C. (2013). El tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa. [Edición Kindle]. México: Grijalbo.

Pollan, M. (2014). Cocinar: una historia natural de la transformación. [Edición Kindle]. España: Debate.

Prud'homme, A. (2005). Writing Pulia. *Gastronomica*, 5(3), 23-25.

Ray, K. (2007). Domesticating cuisine: food and aesthetics on American television. *Gastronomica*, 7(1), 50-63.

Rojas, G., I. y Sotelo, P. J. R. (2003). La migración de la mujer mexicana migrante: de la emancipación a la equidad de género. Tesis Licenciatura. Relaciones Internacionales. Departamento de Relaciones Internacionales e Historia, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

Roland, B. R. (2006). Para una psicología de la alimentación contemporánea. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 11. 205-221.

Ruiz, P., Moreno, J. y Rivas, J. (2005). La economía mexicana después del TLCAN. *Revista Galega de Economía*, 14(junio-diciembre). Recuperado el 18 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/6NLoYr>

SHCP. (2015). Informe Semanal del Vocero del 3 al 7 de agosto de 2015. Recuperado el 7 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/gDaNOL>

SHCP. (2015). Política de Fomento a la Gastronomía Nacional. Recuperado el 26 de octubre de 2015, en <https://goo.gl/CVYdpS>

Saloma, G. A. (2002). De la mujer ideal a la mujer real. Las contradicciones del estereotipo femenino en el siglo XIX. *Cuicuilco*, (18).

Scribner, D. (1968). Cordon Bleu Chef Dione Lucas Opens 'Brasserie' Restaurant. Bennington, Vermont: Bennington Banner.

Shapiro, L. (2004). Something from the oven: Reinventing dinner in 1950s America. United States of America: Viking Press.

Sigüenza, S. (2002). Del mariachi y la china poblana como identidad nacional en el siglo XX a lo diverso y heterogéneo en el siglo XXI. *Desacatos*, (9), 179-184. Recuperado el 17 de noviembre de 2016, en <https://goo.gl/5RmpZx>

Smith, A. (Ed.). (2013). The Oxford encyclopedia of food and drink in America (Vol. 2). OUP USA.

Smith, A. F. (2009). Eating History: 30 Turning Points in the Making of American Cuisine. United States of America: Columbia University Press.

Sniderman, Z. (2011). How Social Media Is Fueling the Food Truck Phenomenon. Mashable. Recuperado el 7 de julio de 2014, de <https://goo.gl/H2C7uC>

Soberón G., Medina-Mora M., Martínez, A. (2013). Seminario sobre salud. Módulo 3. Padecimientos relacionados con las conductas de riesgo. México: El Colegio Nacional.

Tello, C. (2010). Notas sobre el desarrollo estabilizador. *Economía Informa*, 364(julio-septiembre), 66-72.

Tepichin, A., Tinat, K., y Gutiérrez, L. (2010). Los grandes problemas de México. Relaciones de género. T-VIII. México: El Colegio de México.

Torres, T. F., y Gasca, Z. J. (1997). “Evolución de la industria alimentaria mexicana principales factores condicionales”, *Dinámica económica de la industria alimentaria y patrón de consumo en México*, Instituto de Investigaciones Económicas. UNAM.

Toussaint, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 51(206), 105-118.

Tuñón, P., J. (1992). *Mujeres de luz y sombra en el cine mexicano (la construcción masculina de una imagen (1939-1952), vol. I*. Tesis de doctorado en Historia, México, Facultad de Filosofía y Letras-Universidad Nacional Autónoma de México.

UNESCO Press. (2001). UNESCO issues first ever proclamation of masterpieces of the oral and intangible heritage. Recuperado el 5 de octubre de 2016, en <https://goo.gl/EDio1C>

Valderrama, M. (2009). “El boom de la gastronomía peruana”. *Perú Hoy* (15). DESCO, Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. Lima. Recuperado el 5 de octubre de 2016, en <https://goo.gl/qvPTQ0>

Villagómez, G. (2004). *Mujeres que mandan: familia, empresa y liderazgo femenino en Yucatán*. Ayuntamiento de Mérida 2001-2004.

Zabludovsky, G. (2007). Las mujeres en México: trabajo, educación superior y esferas de poder 1. *Política y Cultura*, (28), 7-37.